

PERANCANGAN VIDEO FEATURE PERJALANAN BIJI KOPI SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENGOLAHAN KOPI

Septian Evan Prasetya¹, Didit Prasetyo Nugroho²

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ma Chung
Jl. Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65651, Telp. (0341) 550171
331610014@machung.ac.id, didit.nugroho@machung.ac.id

Abstraksi

Kopi adalah salah satu hal yang menjadi daya tarik Indonesia di mata negara lain. Cita rasa yang unik dan beragam membuat kopi Indonesia bisa sukses mendunia. Tidak hanya itu, budaya dan bisnis kopi di Indonesia sendiri mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun ada efek negatif dari munculnya fenomena ini. Tidak bisa dipungkiri bahwa seni dan kualitas kopi di Indonesia mulai menurun karena adanya persaingan bisnis yang sangat tinggi. Hal ini membuat para pengusaha lebih mengutamakan kuantitas dibandingkan kualitas untuk bertahan. Selain itu, banyak orang yang memulai usaha kopi tanpa dasar pemahaman yang benar mengenai kopi. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat video feature yang menceritakan proses pengolahan dari kopi mulai dari tahap penanaman hingga penyajian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif deskriptif. Kemudian dalam perancangan akan digunakan metode perancangan video. Dari perancangan ini diharapkan masyarakat bisa lebih memahami tentang proses pengolahan kopi serta memaknai kopi sebagai suatu minuman yang memiliki kualitas dan seni yang tinggi. Hasil akhir dari perancangan ini adalah sebuah video feature berdurasi 05:08 menit, lima buah video teaser dengan durasi kurang lebih 15-30 detik, serta satu set buku foto esai Perjalanan Biji Kopi.

Kata Kunci : Kopi, Video, Feature

Abstract

Indonesian coffee is very popular in other countries. The uniqueness and the diversity of its taste make Indonesian coffee such a worldwide success. Not only that, but the coffee culture and coffee business in Indonesia also experienced a significant increase as well. However, there are some negative effects that emerged from this phenomenon. In fact, the quality of coffee in Indonesia has begun to decrease due to high coffee business competition. This makes coffee entrepreneurs prioritize the quantity over the quality of coffee to survive. Moreover, many people start a coffee business without proper knowledge about coffee itself. The main purpose of this design is to make a feature video about the coffee process, from harvesting to the brewing stage. The data collecting method used in this design is a qualitative descriptive method. And the design method used in this design is the video production method. From this design, Hopefully, the society can understand the process of coffee making, and interpret coffee as an art. The final result of this design is a feature video with a duration of 05:08 minutes, five series of teaser video with a duration of approximately 15-30 seconds, and one set of Perjalanan Biji Kopi photo essay book.

Keywords: Feature, Video, Coffee

1. PENDAHULUAN

Kopi nusantara adalah salah satu hal yang menjadi daya tarik Indonesia di mata negara lain. Kopi di Indonesia dikenal dan diminati karena cita rasanya yang bisa dibilang cukup unik dan beragam. Bahkan ada tujuh varian kopi Indonesia yang telah sukses

mendunia seperti Bali Kintamani, Aceh Gayo, dan Kopi Toraja. Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia bisa dibilang tinggi. *International Coffee Organization* juga menyatakan bahwa peningkatan peminum kopi di Indonesia mencapai angka lebih dari 8% yang berarti peningkatan tersebut jauh lebih tinggi dari rata-rata peningkatan peminum kopi secara global yang hanya menyentuh angka 6%. Tidak hanya itu, bisnis kopi di Indonesia juga mengalami peningkatan yang sangat pesat. Namun ada efek samping dari fenomena ini. Tidak bisa dipungkiri bahwa juga terjadi penurunan standar kualitas kopi, baik dari kualitas biji kopi maupun kualitas kedai yang mengolah kopi itu sendiri. Fenomena ini terjadi karena persaingan yang terlampau tinggi sehingga para pengusaha kopi lebih memilih kopi yang murah dibandingkan dengan kopi yang berkualitas untuk bertahan. Selain itu, banyak orang yang memulai usaha kopi tanpa pengetahuan yang benar akan kopi itu sendiri.

Pada artikel ini, penulis mengkaji dan memproduksi video *feature* yang menceritakan tentang proses pengolahan kopi, dari proses penanaman hingga penyajiannya. Dengan dibuatnya perancangan video *feature* perjalanan biji kopi ini, diharapkan masyarakat bisa mengetahui proses “seni” dibalik pengolahan kopi. Tidak hanya sebatas mengetahui, masyarakat juga diharapkan bisa lebih menghargai dan memaknai seni di balik kopi.

Studi pustaka yang pertama dilakukan terhadap artikel jurnal yang berjudul *Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar* (Bonafix, 2011). Artikel ini membahas tentang dasar-dasar kamera dan teknik pengambilan gambar dalam video. Perancangan ini bertujuan agar para videografer mampu menerapkan teknik dan pengetahuan yang baik mengenai kamera agar karya yang dihasilkan bisa maksimal dan berkualitas tinggi. Dari artikel ini dapat diambil beberapa teori mengenai kamera dan pengambilan gambar dalam videografi sebagai acuan dasar dari perancangan yang akan dilaksanakan.

Studi pustaka yang kedua dilakukan terhadap artikel jurnal penelitian yang berjudul *Penggunaan Video Profile sebagai Penyampaian Informasi untuk Merubah Persepsi Pemirsa: Studi Kasus Surabaya Animal Care Community* (Tradana dkk, 2013). Tujuan perancangan ini adalah menjelaskan tentang makna sebenarnya dari keberadaan organisasi SACC kepada masyarakat. Perancangan ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif serta 5W1H. Penelitian kualitatif yang dilakukan mencakup proses terbentuknya SACC, struktur organisasi SACC, relawan-relawan dari SACC, kasus-kasus hewan terlantar yang pernah dihadapi SACC, suka duka yang telah dialami, proses evakuasi dan perawatan hewan, kondisi hewan-hewan di shelter (data visual), literatur dan juga data-data tentang kesehatan hewan, dan kasus-kasus tentang perlakuan tidak layak terhadap hewan di Surabaya. Dari metode yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut: 1) video *profiling* SACC dapat menjadi salah satu solusi pemecahan masalah dimana SACC seringkali disalah artikan sebagai tempat pembuangan hewan yang tidak diinginkan. 2) dapat terbentuk pengertian dan juga simpati dari masyarakat untuk dapat mendukung kelangsungan organisasi SACC ke depannya. 3) keberadaan *video profile* ini dapat menjadi salah satu penghubung SACC kepada masyarakat luas.

Studi pustaka yang ketiga dilakukan terhadap artikel jurnal penelitian yang berjudul *Video Profile Pariwisata Desa Sawarna* (Setiawan dan Fuad, 2012). Tujuan perancangan ini adalah untuk menarik parawisatawan dan para investor untuk datang ke wisata Daerah Sawarna, serta menyajikan hal-hal yang menarik yang terdapat di wisata Desa Sawarna. Metode yang digunakan dalam perancangan ini meliputi studi lapangan (memperoleh data dengan cara mendatangi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Banten dan Desa Sawarna, kemudian melakukan wawancara dengan salah seorang pengurus di Dinas Pariwisata dan kebudayaan Banten dan Kepala Desa Sawarna) serta studi keperpustakaan (membaca dan mempelajari buku yang berkaitan dengan Pariwisata). Dari metode yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa video ini dapat mengenalkan wisata Desa Sawarna masyarakat dan wisatawan sekaligus mengangkat wisata Desa Sawarna agar menjadi lebih berkembang.

Studi pustaka yang keempat dilakukan terhadap artikel jurnal penelitian yang berjudul *Perancangan Video Dokumenter Tentang Wisata Kuliner Ikan Bakar di Kota*

Makassar (Ama dkk, 2014). Tujuan perancangan ini adalah membantu memperkenalkan ikan bakar kepada semua orang yang berada diluar kota Makassar sehingga mereka tertarik untuk datang ke Makassar dan mencoba kuliner tersebut. Metode penelitian dalam perancangan ini adalah metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi lapangan, studi literatur, dan dokumentasi; analisis kualitatif berupa in-depth analysis, serta analisis 5W1H. Dari penelitian yang telah dilakukan, perancangan ini memberi saran kepada penulis yaitu: 1) dalam proses produksi video dokumenter kuliner ini dibutuhkan tenaga dan kru lebih agar dapat menjaga keamanan serta meminimalkan biaya yang ditanggung. 2) untuk memaksimalkan fokus pengambilan gambar dan mengurangi terik matahari dapat memakai topi dan hood pelindung layar LCD kamera 3) menyiapkan alat bantu pengambilan gambar yaitu contohnya *tripod*, *steadicam* ataupun memakai kamera GoPro yang dapat mengurangi *shake* atau guncangan terhadap kamera.

Studi pustaka yang kelima dilakukan terhadap artikel jurnal penelitian yang berjudul Pembuatan Media Promosi Rumah Makan Dapur Solo dalam Bentuk Video Profil dan Video Iklan (Warjianto, 2013). Perancangan ini dilakukan dengan tujuan mempromosikan Rumah Makan Dapur Solo dengan menggunakan video profil dan video iklan yang diharapkan dapat berguna sebagai alat sosialisasi kepada masyarakat sekaligus sebagai dokumentasi. Latar belakang lain perancangan ini adalah Rumah makan Dapur Solo belum memiliki sarana untuk sosialisasi diri kepada masyarakat yang berupa video profil dan video iklan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pustaka, observasi, wawancara, analisis, perancangan, pengambilan gambar dan capturing, editing dan perekaman suara, uji coba dan implementasi. Dari perancangan dan penelitian yang dilakukan, sintesa yang diperoleh adalah: 1) Dengan dibuatnya media promosi berupa video profil dan video iklan ini Rumah Makan Dapur Solo semakin dikenal masyarakat luas. 2) Dalam memproduksi sebuah video profil, diperlukan sebuah perancangan yang meliputi pembuatan *storyboard*, desain karakter, skenario, script agar proses produksi video tersebut dapat berjalan dengan lancar.

Studi pustaka yang terakhir dilakukan terhadap artikel jurnal penelitian yang berjudul Perancangan Video Promosi PT. Scuto Indonesia (Sanjaya, 2017). Tujuan perancangan ini adalah sebagai upaya mempertahankan image perusahaan PT. Scuto Indonesia terhadap konsumennya. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Strength*). *Output* video yang dihasilkan dibagi menjadi tiga tema besar yaitu: 1) *Scuto's products* 2) *Scuto paint protection commercial* 3) *Introduce Scuto Indonesia*. Dari perancangan dan penelitian yang dilakukan, sintesa yang diperoleh adalah: 1) dalam mempertahankan keeksistensian perusahaan PT. Scuto Indonesia perlu dilakukan perancangan sebuah media iklan yang dapat menimbulkan persuasif pada calon konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah perancangan video promosi untuk menunjukkan keunggulan dari penggunaan produk dari Scuto 2) Media yang digunakan dalam mempromosikan PT. Scuto Indonesia adalah media audio visual karena media ini cocok untuk mempengaruhi citra konsumen terhadap perusahaan. 3) Video promosi yang dipakai akan difokuskan penyebarannya melalui media sosial. Karena media sosial sangat efisien dan mudah untuk diakses para audiens.

Dari studi pustaka yang telah dilakukan, didapatkan beberapa masukan dan ide terkait perancangan video yang nantinya bisa digunakan dalam membantu perancangan video feature "Perjalanan Biji Kopi" ini. Masukan-masukan yang didapatkan antara lain adalah metode analisis data, metode perancangan, teknik pengambilan gambar, serta pemilihan media distribusi. Selain itu, dari studi pustaka terkait perancangan video yang sudah dilakukan, bisa disimpulkan bahwa perancangan video feature "Perjalanan Biji Kopi" merupakan perancangan yang bersifat baru dan orisinal di ranahnya. Selain studi penelitian terdahulu, juga akan diambil beberapa teori mengenai fotografi, videografi, dan pengambilan gambar dari beberapa buku referensi.

Referensi pertama adalah buku Video Production Handbook, Fourth Edition. Dalam buku Video Production Handbook Fourth Edition (2008), dipaparkan beberapa pengertian

serta teknik dasar dalam videografi, dari teknik yang sederhana hingga teknik lanjutan. Dari buku ini dapat diambil beberapa teori dasar tentang teknik videografi seperti camera shot, angle, camera movement, dan beberapa teknik dasar videografi lainnya.

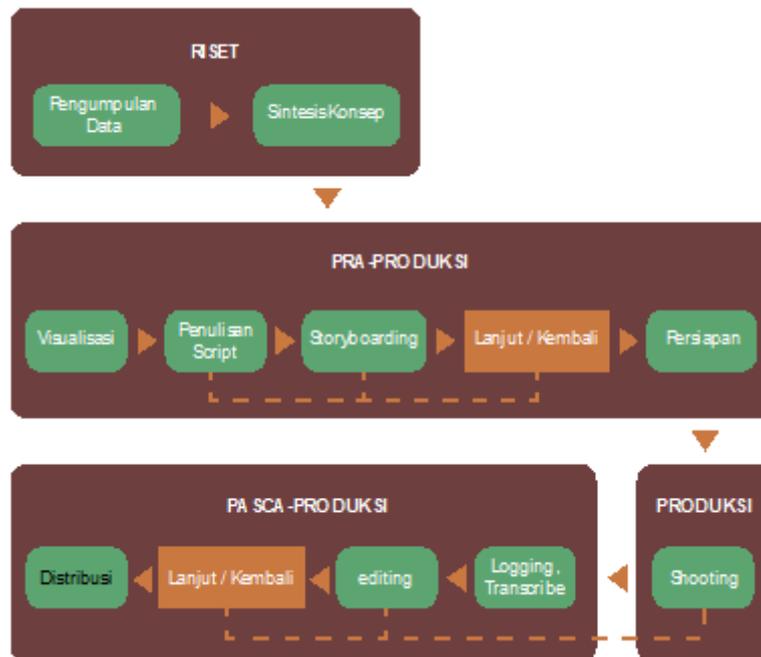
Referensi berikutnya adalah buku Video Production Handbook for Short Educational Videos. Dalam buku Video Production Handbook for Short Educational Videos (Joanne Littlefield, 2015), dapat diambil metode perancangan sebuah produksi suatu video. Di dalam buku ini dijelaskan bagaimana langkah pembuatan suatu video mulai dari tahap pra-produksi, tahap produksi, hingga tahap pasca produksi. Referensi ketiga adalah buku Komposisi, Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa. Dalam buku Komposisi, Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa (2012), terdapat beberapa teori dasar mengenai komposisi dalam fotografi secara keseluruhan. Selain teori komposisi, juga dipaparkan beberapa dasar mengenai peralatan kamera.

Referensi keempat adalah buku The Art and Style of Product Photography. Dalam buku The Art and Style of Product Photography (2014), terdapat beberapa teori fotografi dasar mengenai peralatan, dan penataan komposisi. Teori ini dapat menunjang perancangan khususnya dalam teori dan teknis pengambilan gambar. Referensi terakhir yang digunakan adalah buku Fotografi (2014). Pada buku ini dibahas beberapa teori-teori dasar mengenai fotografi dalam komposisi dan dasar pengambilan gambar. Teori dasar ini dapat digunakan untuk menambah estetika dan memaksimalkan hasil pengambilan gambar. Selain buku referensi, dari segi visual juga akan dilakukan sebuah kajian sumber ide perancangan dari video-video kopi yang ada di You Tube sebagai acuan pembuatan video.

1.2. Metode Perancangan

Dalam perancangan ini, metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara langsung di lapangan. Ada empat tahap yang akan dilakukan, yakni: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan data. Kemudian dalam produksi perancangan akan digunakan metode perancangan video dimana hasil perancangan yang nantinya diperoleh berasal dari tiga tahap, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi

Strategi yang digunakan dalam perancangan video feature perjalanan biji kopi ini adalah *cyclic strategy*. Strategi ini sama halnya dengan *linear strategy*, hanya saja pada *cyclic strategy* akan dilakukan pengulangan tahap jika diperlukan. Pengulangan ini disebut *loop*. Dalam pelaksanaannya, *loop* bisa terjadi beberapa kali. Berikut adalah bagan alur perancangan dengan *cyclic strategy*.



Gambar 1. Bagan Alur Perancangan.

2. PEMBAHASAN

2.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam perancangan ini dilakukan di beberapa tempat yaitu: kebun kopi Ampelgading, *roastery* kopi, dan di beberapa kedai kopi di kota Malang. Data yang diperoleh meliputi proses dari pengolahan kopi, yakni: proses penanaman, proses panen, proses *roasting*, serta proses *brewing*.

2.2 Sintesis Konsep

Setelah melakukan analisis data, akan dilakukan tahap sintesis konsep dari perancangan ini. Konsep dari video *feature* ini adalah menceritakan seni dan nilai dibalik proses perjalanan biji kopi. Keseluruhan bentuk visual dari video ini akan mengacu pada video kajian sumber ide perancangan yang sudah ditentukan sebelumnya. Video *feature* ini akan disampaikan dengan narasi yang bersifat puitis. Ide dari narasi dari video diambil dari kombinasi antara makna kopi menurut para narasumber dan proses perjalanan kopi itu sendiri. Pembawaan dari keseluruhan video akan dikemas dengan *mood* yang cenderung santai, maka dari itu narasi akan dibawakan dengan suara wanita untuk mendukung penyampaian video.

2.3 Pra Produksi

Dalam pra-produksi akan dilakukan beberapa tahap yaitu: visualisasi, penulisan *script*, *storyboarding*, *shot list*, Pemilihan Peralatan dan *software*, serta persiapan untuk pengambilan video. Berikut adalah penjabarannya:

2.3.1 Visualisasi dan Penulisan *Script*

Dalam tahap ini, seluruh visualisasi konsep yang sudah ada akan dituang ke dalam bentuk *script* atau narasi. Narasi yang dibuat tidak menjelaskan video *feature* secara harafiah, melainkan narasi akan lebih mengarah kepada cerita puitis yang menggambarkan atau mewakili video *feature*. Berikut adalah *script* dari video *feature* Perjalanan Biji Kopi.

Tabel 1. Script Video Feature

No.	Scene	Script
1.	Pembukaan	Kopi. Siapa yang tak mengenalinya? Secangkir kebahagiaan, Sesosok yang menjadi penyemangat hidup mayoritas orang di dunia. Seakan Kopi sudah menjadi bagian hidup kita. Bahkan mungkin kita tidak bisa hidup tanpa kopi. Namun. Pernahkah terbesit dipikiran kita, kenapa kopi bisa begitu spesial? Jawaban sesungguhnya adalah proses dari perjalanan biji kopi itu sendiri.
2.	Kebun kopi	Semuanya berawal disini. Sebuah titik awal, sebuah permulaan dari perjalanan yang berkesan. Layaknya karakter manusia yang terus dibentuk untuk membangun kualitas diri, disinilah dibentuknya setiap karakter dan kualitas kopi. Kopi adalah sebuah seni dan sesosok pribadi. Tergantung seberapa dalam kita mengenal sesosok kopi itu sendiri. Semakin kita mengenal kopi, semakin kita tahu sifat apa yang kopi butuhkan
3.	Roastery dan Kedai Kopi	semuanya didasari oleh sikap. Sebuah sikap untuk mau dibentuk, Sebuah sikap menghargai suatu proses dibalik segelas kopi berkualitas, Ada sebuah proses dimana kopi harus ditempa demi menghasilkan sebuah cita rasa yang sempurna.
4.	Penutup	Kopi bukan hanya sekedar minuman. Dengan semua proses dan usaha yang telah dilalui, terpapar suatu bukti bahwa kopi adalah sebuah seni. Kopi adalah seni untuk semua orang. Tidak ada kopi yang enak dan tidak enak, Yang ada adalah penikmat dengan selera kopi yang berbeda. Kopi adalah sebuah fenomena yang mengasyikkan Bagi mereka yang tahu kisahnya.

2.3.2 Shot list

Shot list atau daftar gambar adalah catatan terpisah yang berisi tentang detail *scene* yang akan diambil nantinya pada saat proses produksi. Pembuatan *shot list* ditujukan agar proses produksi berjalan lebih efisien dan tertata. berdasarkan lokasi pengambilan gambarnya, Segmen *shot list* dibagi menjadi tiga yaitu: segmen kebun kopi, segmen *roastery*, dan segmen kedai kopi. Berikut adalah tabel *shot list* dari perancangan ini:

Tabel 2. Contoh Shot List Video Feature

No.	Lokasi	Shot List
1.	Kebun Kopi	Proses penanaman biji kopi (tanaman kopi, proses panen kopi, proses penjemuran <i>green bean</i>)
2.	Roastery	Proses <i>roasting</i> dan <i>brewing</i> kopi
3	Kedai Kopi	Berbagai macam proses <i>brewing</i> kopi (V60, Tubruk, Espresso, Latte)

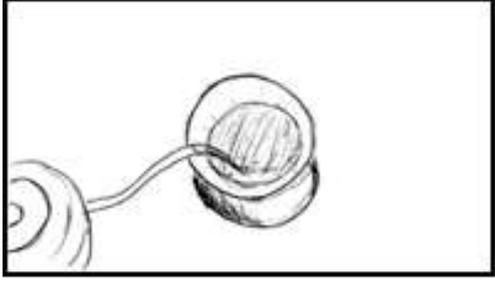
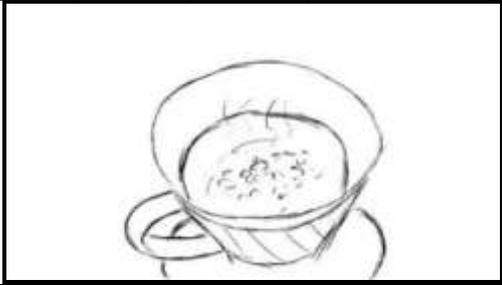
Detil Pengambilan					
No.	Lokasi	Frame	Shot	Perkiraan Durasi (s)	Keterangan
1	Kedai Kopi	CU/ECU	V60 <i>brewing</i>	13	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Camera Angle: Eye level, flat lay</i> ○ <i>Multiple shot</i>
2	Kedai Kopi	MS	Menyeduh kopi tubruk	07	<i>Camera Angle: Eye level</i>
3	Kedai Kopi	CU	<i>Close up</i> kopi tubruk & buku	10	<i>Camera Angle: High angle Multiple Shot</i>

4	Kedai Kopi	CU	Grind biji kopi	04	Camera Angle: Eye level
5	Kedai Kopi	MS/CU	Tamping	05	Camera Angle: High angle
6	Kedai Kopi	CU/ECU	Membuat espresso	10	Camera Angle: Eye level Multiple shot
7	Kebun Kopi	CU	Close Up tanaman kopi (biji kopi)	03	Camera Angle: Eye level
8	Kebun Kopi	MS	Petani kopi merawat tanaman kopi	14	Camera Angle: Eye level Multiple shot
9	Kebun Kopi	CU	Close Up panen kopi	18	Camera Angle: Eye level Multiple shot
Dst ...					

2.3.3 Storyboard

Tahap *storyboarding* dilakukan setelah *script* dan *shot list* selesai dibuat. Seluruh *script* dan *shot list* yang sudah dibuat akan di visualisasikan ke dalam bentuk sketsa kasar lengkap beserta keterangannya.

Tabel 3. Contoh Storyboard Video Feature

No.	Storyboard	No.	Storyboard
1	 <p>Scene: Opening-V60 Brewing Camera Shot: Close up Durasi: 05 BGM: <i>Instrumental Piano</i> SFX: - Deskripsi: menyeduh kopi-V60 brewing</p>	2	 <p>Scene: Opening-V60 Brewing Camera Shot: Close up, flat lay Durasi: 05 BGM: <i>Instrumental Piano</i> SFX: - Deskripsi: menyeduh kopi-V60 brewing</p>
3	 <p>Scene: Opening-V60 Brewing Camera Shot: Extreme Close Up Durasi: 05 BGM: <i>Instrumental Piano</i></p>	4	 <p>Scene: Opening-Kopi Tubruk Camera Shot: Close Up Durasi: 07 BGM: <i>Instrumental Piano</i></p>

SFX: - Dekripsi: V60 resting, close up gelembung pada V60	SFX: Suara menuang air Deskripsi: Menyeduh kopi tubruk
Dst ...	

2.3.4 Peralatan dan Software

Adapun peralatan yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

- 1) kamera (Canon EOS 5D mark iii)
- 2) lensa (EF 24-70mm, EF 16-35mm, EF 50mm)
- 3) *Smartphone* Galaxy s9+
- 4) LED *portable*
- 5) Reflektor.

Sedangkan untuk *software* yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

- 1) Adobe Premiere Pro CC
- 2) Adobe Photoshop CC
- 3) Adobe Illustrator CC
- 4) Adobe Lightroom CC

2.3.5 Persiapan Pengambilan Video

Sebelum proses produksi dimulai, akan dilakukan persiapan terlebih dahulu. Persiapan yang dilakukan adalah menyiapkan *storyboard* dan *shot list* yang telah dibuat, mengatur jadwal *shooting*, mengecek ulang kondisi transportasi yang hendak digunakan, membagi tugas dengan tim, serta mengecek ulang peralatan yang akan dipakai dalam proses produksi. Persiapan dilakukan agar proses produksi bisa berjalan dengan lancar dan lebih efektif.

2.4 Produksi

Pada tahap produksi dilakukan pengambilan gambar di tempat yang sudah direncanakan sebelumnya. Pengambilan gambar dilakukan sebanyak sembilan kali. Berikut adalah daftar tempat dan tanggal pengambilan gambar yang telah dilakukan.

Tabel 4. Jadwal Pengambilan Gambar

Hari/Tanggal	Lokasi
Jumat, 17 April 2020	Personal Roastery
Minggu, 19 April 2020	Point Coffee
Selasa, 21 April 2020	Personal Brew
Kamis, 23 April 2020	Kedai Kopi Senja Mataram
Kamis, 23 April 2020	Personal Roastery
Senin, 27 April 2020	Kebun Kopi Ampelgading
Jumat, 1 Mei 2020	Kaduwa Kopi
Senin, 4 Mei 2020	Cangkir Laras
Selasa, 5 Mei 2020	Coffee Belt

2.5 Pasca Produksi

Pada tahap pasca produksi dilakukan *logging* dan *transcribe, editing*, serta distribusi hasil akhir dari perancangan. Pada tahap *logging* dan *transcribe*, beberapa video akan diberi catatan kecil terkait apa saja yang harus ditambahkan saat proses pasca produksi. Hal ini dilakukan agar mempermudah proses *editing* nantinya. Setelah proses pengambilan video serta *logging* dan *transcribe* telah dilakukan, akan dimulai proses *editing* dari *footage* yang sudah terkumpul. Dalam proses *editing* akan dilakukan *cutting*, memasukkan *sound effect*, menambahkan *visual supplements*, memberi transisi, serta melakukan *color grading*. Tahap

editing dilakukan dengan menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CC. Hasil akhir dari proses *editing* akan didistribusikan melalui media sosial Instagram TV (IGTV) dan You Tube.

2.6 Hasil

Media Utama dari perancangan ini adalah sebuah video *feature* berdurasi 05:08 menit serta lima buah video *teaser* dengan durasi kurang lebih 15-30 detik. Video *dirender* dengan format 720p, sedangkan video *teaser* akan *dirender* dengan format 1:1 Instagram. Sedangkan untuk media pendukung, penulis membuat sebuah buku foto esai tentang perjalanan biji kopi. Buku ini memuat foto-foto dari perjalanan biji kopi yang dibawakan dengan cerita puitis tentang makna kopi yang relevan dengan kehidupan manusia.

Semua hasil akhir dari perancangan akan dipamerkan secara *online* melalui Instagram *feeds* dengan format 10 *multiple post*. *Post* tersebut terdiri dari sembilan foto pameran dan satu video *slideshow* dari cuplikan media utama. Konsep pameran *online* yang diangkat adalah galeri foto minimalis.



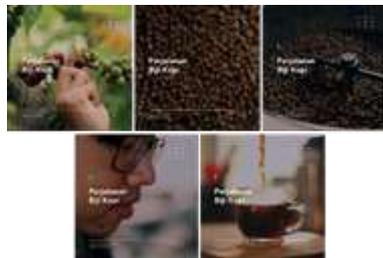
Gambar 2. Proses Color Grading



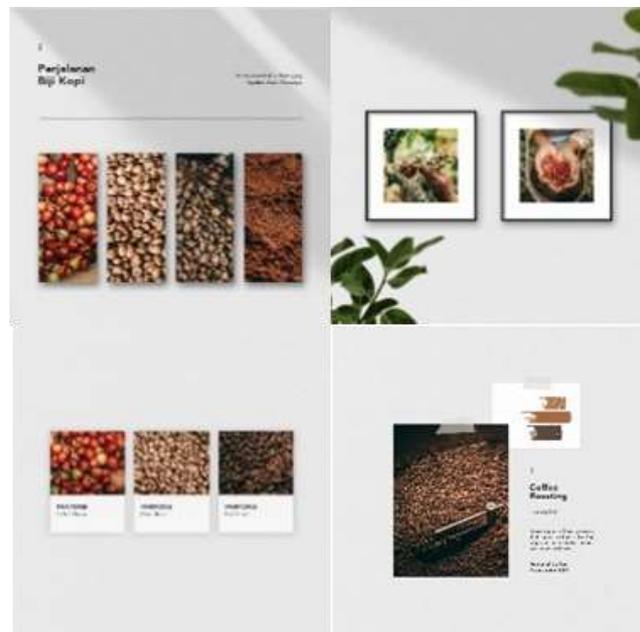
Gambar 3. Video Feature Perjalanan Biji Kopi



Gambar 5. Buku foto Esai Perjalanan Biji Kopi



Gambar 4. Video Teaser Berseri



Gambar 6. Pameran Online

3. Kesimpulan

Dalam suatu proses perancangan, data yang diperoleh sangat berpengaruh besar terhadap hasil akhir dari perancangan yang hendak dibuat. Jenis metode analisis data juga harus disesuaikan dengan kebutuhan perancangan. Perancangan ini menggunakan metode analisis data kualitatif dimana dilakukan observasi dan dokumentasi lapangan secara langsung untuk pengumpulan datanya. Semua data yang sudah dikumpulkan akan

dituangkan kedalam suatu sintesis konsep sehingga detail perancangan akan lebih jelas dan terarah.

Konsep yang sudah ada akan digunakan sebagai dasar dari proses pembuatan video *feature*. Pada tahap pra produksi akan dilakukan visualisasi dan penulisan *script*, memilih *software* dan peralatan, serta merancang *storyboarding* dan *shot list* dari video yang akan diambil. Setelah semua sudah dipersiapkan, akan dilakukan proses produksi dimana akan dilakukan pengambilan gambar dan video sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya. Semua *file* yang diperoleh dari proses produksi akan diolah kembali dalam tahap pasca produksi, dimana akan dilakukan *logging* dan *transcribe*, serta *editing*. Hasil akhir dari video *feature* akan didistribusikan melalui media sosial yaitu You Tube dan Instagram TV.

Hasil akhir dari perancangan ini adalah sebuah video *feature* berdurasi 05:08 menit serta lima buah video *teaser* dengan durasi kurang lebih 15-30 detik. Video *dirender* dengan format 720p, sedangkan video *teaser* akan di-*render* dengan format 1:1 Instagram. Selain video *feature* dan video *teaser* berseri, penulis juga merancang sebuah buku foto esai tentang perjalanan biji kopi sebagai media pendukung dari perancangan. Buku ini memuat foto-foto dari perjalanan biji kopi serta cerita puitis tentang makna kopi yang relevan dengan kehidupan manusia.

Daftar Pustaka

- Bonafix, N. (2011). *Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*. Universitas BINUS, Jakarta.
- Tradana dkk. (2013). *Penggunaan Video Profile sebagai Penyampaian Informasi untuk Merubah Persepsi Pemirsa: Studi Kasus Surabaya Animal Care Community*. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Setiawan dan Fuad. (2012). *Video Profile Pariwisata Desa Sawarna*. Universitas Esa Unggul, Jakarta.
- Ama dkk. (2014). *Perancangan Video Dokumenter Tentang Wisata Kuliner Ikan Bakar Di Kota Makassar*. ISI, Yogyakarta
- Warjianto. (2013). *Pembuatan Media Promosi Rumah Makan Dapur Solo dalam Bentuk Video Profil dan Video Iklan*. Universitas Surakarta, Surakarta.
- Sanjaya. (2017). *Perancangan Video Promosi PT. Scuto Indonesia*. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Littlefield, Joanne. 2015. *Video Production Handbook for Short Educational Videos*. Colorado State University
- Millerson, Gerald. 2008. *Video Production Handbook, Fourth Edition*. Oxford: Focal Press
- Excell, Laurie. 2012. *Komposisi Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Thomas, J.D. 2014. *The Art and Style of Product Photography*. Indiana: John Wiley & Sons, Inc.
- Burhanuddin. 2014, *Fotografi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, Indonesia.
- Blain, Brown. 2015, *Cinematography Theory and Practice Image Making For Cinematographers and Directors*. London and New York: Routledge
- Sugiyono. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta